

Międzyjęzykowe i międzykulturowe konteksty współczesnego dyskursu publicznego

red. Alicja Pstyga, Urszula Patocka-Sigłowa

Seria Polityka – Media – Komunikacja, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2017, 142 s., ISBN 978-83-7865-541-1

Współczesny dyskurs publiczny stanowi jedno z centralnych zagadnień wielu dyscyplin naukowych, takich jak językoznawstwo, komunikologia, medioznawstwo czy socjologia. Zjawisko to jest wszechstronnie rozpatrywane zarówno w Polsce, jak i na całym świecie. W obrębie dyskursu publicznego szczególnie żywo analizuje się dyskurs polityczny i dyskurs medialny. Jak celnie odnotowuje Alicja Pstyga, „Dyskurs publiczny w ostatnim czasie zdominował *dyskurs polityczny*, który obejmuje rozmowy, dyskusje i wypowiedzi o polityce, wypowiedzi sformułowane przez polityków/teksty wygłoszone, a także wypowiedzi podejmujące istotne dla społeczeństwa tematy oraz prowadzenie kampanii politycznej, poprzez stosowanie narzędzi marketingu politycznego” (s. 7). Tom *Międzyjęzykowe i międzykulturowe konteksty współczesnego dyskursu publicznego* rozważaną problematyką wpisuje się w ten aktualny i interesujący nurt badań. Autorzy zamieszczonych w tomie artykułów koncentrują swoją uwagę na kontekstach międzyjęzykowych i międzykulturowych współczesnego dyskursu w przestrzeni publicznej w Europie i w Stanach Zjednoczonych.

Publikacja pod redakcją Alicji Pstygi i Urszuli Patockiej-Sigłowej jest rezultatem seminarium, którego organizatorem były Pracownia Badań nad Komunikowaniem Medialnym i Pracownia Badań nad Komunikowaniem Politycznym, afiliowane przy Wydziale Filologicznym Uniwersytetu Gdańskiego. Seminarium odbyło się w 2015 roku. Na recenzowany tom, liczący 142 strony, składa się 9 artykułów naukowych prelegentów oraz członków obu pra-

cowni. Okoliczności powstania książki nakreśla we *Słowie wstępnym* redaktor Pstyga. Artykuły zostały napisane w 4 językach: polskim (5 artykułów), rosyjskim (2 artykuły), francuskim (1) i angielskim (1). Każde opracowanie kończy streszczenie w języku polskim, angielskim oraz rosyjskim.

Tom otwiera analiza Stanisława Gajdy (Uniwersytet Opolski) *Zwrot dyskursywny a dyskurs publiczny*, w której autor omawia istotę i cechy dyskursu publicznego, słusznie wychodząc od przybliżenia czytelnikom ideału nauki nowożytnej i jego kryzysu oraz kategorii zwrotu w humanistyce. Procesy te znalazły swoje odzwierciedlenie również w lingwistyce. Językoznawca, jak sam pisze, podejmuje więc refleksję metadyskursologiczną czy też dyskursozoficzną. Cenna praca pozwala nam spojrzeć na kontekst rozwojowy dyskursu publicznego. Pomaga także lepiej zrozumieć obecne miejsce dyskursu wśród nauk humanistycznych oraz jego potencjału integrującego różne szkoły badawcze (s. 9–22). Jolanta Maćkiewicz (Uniwersytet Gdański) prezentuje zmiany zachodzące w komunikowaniu publicznym, prawidłowo skupiając się na kluczowych zmianach w obszarze sytuacji komunikacyjnej, tj. w nadawaniu i odbieraniu komunikatów w relacjach nadawczo-odbiorczych, w kontekście i ukształtowaniu komunikatów. Autorka podkreśla, że „Najistotniejszą zmianą dostrzeżaną w ostatnich dziesięcioleciach jest rosnąca rola komunikatów multimedialnych, czyli wykorzystujących jednocześnie kilka systemów semiotycznych” (s. 30). Maćkiewicz porządkuje tym samym przemiany, których sami doświadczamy na co dzień. Uświada-

mia jednocześnie naukowcom, jakie terazniejsze aspekty komunikacji publicznej powinni uwzględnić w swoich dociekaniach, aby pełniej opisać tę sferę ludzkiej działalności (s. 23–32). Andriej Wasiliewicz Połonskij (Biełgorodskij Państwowy Narodowy Uniwersytet Badawczy, artykuł w języku rosyjskim) rozważa zagadnienie współcześnie dominującego gatunku tekstu, tj. tekstu medialnego, w paradygmacie tekstów kultury. Autor przedstawia rosyjskie terminy powiązane z pojęciem tekstu medialnego oraz zarysowuje istotę danego fenomenu w procesie komunikacji, nie lekceważąc różnorodnych przejawów jego funkcjonowania. Badacz wyjaśnia też naturę i rolę mediów we współczesnej kulturze, przywołując krótką historię ich upowszechnienia. Należy dodać, że artykuł zawiera bogaty spis rosyjskojęzycznej literatury, która pomaga w uzupełnieniu wiedzy o dyskursie medialnym (s. 33–47). Ugo Persi (Uniwersytet w Bergamo, Włochy, artykuł również w języku rosyjskim) koncentruje swoją uwagę na mechanizmie uproszczenia w plakatach epoki Art Nouveau. Mechanizm ten jest rozpatrywany jako swoisty typ strategii komunikacyjnej. Autor prezentuje (należyte, także wizualnie), jak sztuka secesyjna zapoczątkowana przez belgijskiego architekta Henry’ego van de Velde realizowała zasadę „oczyszczenia” w komunikacji marketingowej. Artykuł jest ważny i bardzo ciekawy ze względu na unikalność podejmowanej tematyki oraz interdyscyplinarny charakter badań (s. 49–60). Magdalena Buchowska (Uniwersytet Gdański) analizuje politykę językową Unii Europejskiej – Komisji, Parlamentu i Rady – na przykładzie witryn internetowych tych instytucji. Określono komunikowanie internetowe jako sprawne, szybkie oraz scharakteryzowano nadawców i odbiorców konkretnych tekstów wytwarzanych przez przywołane urzędy. Buchowska stwierdza, że publikowane materiały nie zawsze są tłumaczone na wszystkie 24 języki Unii oraz wyjaśnia powody takiego stanu rzeczy. Artykuł ilustrują zdjęcia stron startowych wymienionych instytucji UE. Za-

mieszczoną literaturę w tym nowatorskim opracowaniu można uzupełnić o pozycje interpretujące właściwości komunikacji internetowej (s. 61–74). Joanna Jereczek-Lipińska (Uniwersytet Gdański) rozpatruje pytania do rządu, jako model polemiki parlamentarnej na politycznej scenie Francji (artykuł w języku francuskim). Tekst charakteryzuje dany chwyt dyskursu politycznego na francuskich przykładach oraz wyłaniania jego wiodącą funkcję – funkcję kontrolną wobec premiera i ministrów urzędującego rządu. Przytoczono liczne przykłady z zebranego materiału empirycznego. Artykuł jest istotny przede wszystkim ze względu na fakt, że przybliża czytelnikom rzadko w Polsce opisywany francuski dyskurs polityczny (s. 75–91). Ewelina Gutowska-Kozielska i Paweł Kozielski (Uniwersytet Gdański) opisują chwyt retoryczny w wyborczych wystąpieniach Donalda Trumpa (artykuł w języku angielskim). Autorzy zastosowali w badaniu koncepcję ideografów Michaela McGee i dzięki tej metodologii wyodrębnili najważniejsze strategie dyskursywne Donalda Trumpa użyte w amerykańskich wyborach prezydenckich za pomocą których obecny prezydent USA zademonstrował elektoratowi wizję zrujnowanej Ameryki. Szkoda, że cytowane fragmenty wypowiedzi wspomnianego polityka, stanowiące materiał źródłowy, nie zostały wyodrębnione z tekstu głównego, a odnośniki do nich – wydzielone ze spisu literatury (s. 93–104). Urszula Patocka-Sigłowy (Uniwersytet Gdański) poruszyła problem marketingu politycznego na przykładzie kampanii prezydenckich w Rosji i w USA, słusznie przy tym odwołując się do zupełnie odmiennych warunków historyczno-kulturowych w obu państwach. Badaczka zaznajamia czytelników z poszczególnymi etapami rozwoju marketingu politycznego oraz opisuje środki przekazu reklamy politycznej. Patocka-Sigłowy objaśnia także fenomen kampanii wyborczej Baracka Obamy z roku 2008, porównując ją z kampanią prezydencką Władimira Putina z roku 2000. Autorka trafnie konstatuje, że zarówno rosyj-

scy politycy, jak i całe rosyjskie społeczeństwo dopiero odkrywają możliwości skutecznego marketingu politycznego, który stanowi stosunkowo nową gałąź komunikowania politycznego (s. 105–124). Tom zamyka analiza Alicji Pstygi (Uniwersytet Gdański) *Rzeczywistość medialna i medialny punkt widzenia a przekład*. Lingwistka bada specyfikę medialnej wizji rzeczywistości z perspektywy przekładu na materiale tekstów prasowych dotyczących wojny w Syrii, które zostały opublikowane na łamach magazynu „Forum”. Pstyga akcentuje, że „porównanie tekstów oryginału i przekładu ujawnia kreowanie w mediach odpowiadającej nadawcy sytuacji komunikacyjnej, uwzględniającej zapotrzebowanie i oczekiwania swojego (rozpoznanego, ustalonego) odbiorcy” (s. 138). Warto dodać, że w tym artykule prze-myślane przywołanie dostępnych teorii badawczych, rozbudowane przypisy oraz zasobna literatura przedstawiają dużą wartość naukową. Publikacja posiada również wysoką ważność społeczną, ponieważ ukazuje nam, jak prawidłowo odczytywać tłumaczenia tekstów publicystycznych (s. 125–142).

Współczesny dyskurs publiczny to popularny, aktywnie eksploatowany temat badawczy, w którym, mogłoby się wydawać, nie ma już miejsca na nowe odkrycia i niezbadane pola. Takie myślenie jest jednak błędne, co przekonująco udowadnia omawiana publikacja. Oryginalne artykuły zamieszczone w tej książce poszerzają naszą wiedzę w zakresie kontekstów dyskursu publicznego, łącząc ich rozmaite przejawy. Tom właściwie ukazuje interdyscyplinarne, zintegrowane podejście do badań tego typu dyskursu. Recenzowana lektura zawiera wnikliwe analizy wymagające szerokiej wiedzy z różnych dziedzin naukowych. Są one prowadzone w sposób przystępny i logiczny. Autorzy skrupulatnie dociekają poruszanych kwestii w oparciu o wystarczającą i ciekawą literaturę przed-

miotu, a przyjmowane koncepcje badawcze zostały przedstawione rzetelnie.

Trzeba zaznaczyć, że waga podejmowanych tematów jest bardzo wysoka. Interesujące wywody dotyczą fragmentów otaczającej nas rzeczywistości (plakaty, wypowiedzi polityczne, komunikaty medialne, teksty dziennikarskie), z którymi stykamy się na co dzień. Zamieszczone artykuły zdecydowanie pomagają w precyzyjnym zrozumieniu omówionych zjawisk. Lektura jest wyjątkowo pomocna w poznaniu mechanizmów społecznych, szczególnie dla osób, które nie zajmują się zawodowo analizowanymi zagadnieniami.

Należy również podkreślić, że trzy artykuły stanowią prace politolingwistyczne, które dotyczą zagadnień francuskich, amerykańskich i rosyjskich przekazów politycznych. Uzupełniają one spis licznych opracowań dyskursu politycznego o rosyjsko-amerykańską analizę porównawczą, badania logometryczne i strategie dyskursywne w kontekście koncepcji ideografów Michaela McGee. Są ważne dla językoznawców, politologów oraz specjalistów od marketingu politycznego. Zgłębiają bardzo modne pole badawcze, które jednoczy specjalistów różnych dziedzin naukowych w celu wyjaśnienia tak złożonego i wielowymiarowego zjawiska, jakim jest komunikacja polityczna.

Na pochwałę zasługują również walory techniczne książki – jej przejrzysty układ i konsekwentne opracowanie redakcyjne. Cztery artykuły są podzielone na podrozdziały, co dodatkowo ułatwia ich odbiór. Trzy teksty wzbogacają kolorowe i ciekawe grafiki.

Do tej pory na polskim rynku wydawniczym brakowało pozycji poddającej analizie dyskurs w obecnej przestrzeni publicznej w tak szerokiej perspektywie. Tom *Międzyjęzykowe i międzykulturowe konteksty współczesnego dyskursu publicznego* uzupełnia tę lukę.

Gabriela Dudek-Waligóra